

Гавриш Ю. О.

ORCID ID: 0000-0003-3639-9001

Змітрович Д. Д.

ORCID ID: 0000-0002-8030-7525

Кухарук А. Д.

канд. екон. наук, доцент

ORCID ID: 0000-0002-2792-4137,

Національний технічний університет України
«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»

ЗМІСТ ТА ЧИННИКИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ВИДАВНИЧИХ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ЕКОНОМІЧНОЇ НЕСТАБІЛЬНОСТІ

CONTENTS AND FACTORS OF PUBLISHING COMPANIES' COMPETITIVENESS IN TERMS OF ECONOMIC INSTABILITY

СОДЕРЖАНИЕ И ФАКТОРЫ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ИЗДАТЕЛЬСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ В УСЛОВИЯХ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ НЕСТАБИЛЬНОСТИ

Статтю присвячено розвитку наукових положень щодо підвищення конкурентоспроможності видавничих підприємств в умовах економічної нестабільності. Методологічне підґрунтя дослідження представлене науковими працями вітчизняних та зарубіжних авторів. Основними методами наукового пізнання, що використано у процесі дослідження, є методи конкретизації та наукового узагальнення. На основі аналізу наявних у науковій літературі трактувань сутності поняття «конкурентоспроможність підприємства» уточнено його зміст з урахуванням нестабільності розвитку ринкового середовища. Узагальнено чинники конкурентоспроможності видавничих підприємств Європи, які представлено у вигляді сильних та слабких сторін їх розвитку. Визначено, що залежно від рівня об'єкту конкурентоспроможності (мікро, макро, мезо), чинники формування конкурентних переваг різнитимуться. Зауважено, що дослідження впливу різних чинників на рівень конкурентоздатності підприємства доцільно здійснювати за кількісним підходом. Перспективним напрямом подальших досліджень визначено діагностику конкурентного потенціалу видавничих підприємств у країнах з різним рівнем економічної нестабільності та суспільного розвитку.

Ключові слова: конкурентоспроможність підприємства, конкурентні переваги, чинники конкурентоспроможності, видавниче підприємство, економічна нестабільність

Статья посвящена развитию научных положений относительно повышения конкурентоспособности издательских предприятий в условиях экономической нестабильности. Методологический базис исследования представлен научными трудами отечественных и зарубежных авторов. Основными методами научного познания, которые использованы в процессе исследования, являются методы конкретизации и обобщения. На основе анализа имеющихся в научной литературе трактовок сущности понятия «конкурентоспособность предприятия» выполнено уточнение его содержания с

учетом нестабильности развития рыночной среды. Обобщены факторы конкурентоспособности издательских предприятий Европы, которые представлены в виде сильных и слабых сторон их развития. Определено, что в зависимости от уровня объекта конкурентоспособности (микро, макро, мезо), факторы формирования конкурентных преимуществ отличаются. Отмечено, что исследования влияния различных факторов на уровень конкурентоспособности предприятия целесообразно осуществлять с позиции количественного подхода. Перспективным направлением дальнейших исследований определена диагностика конкурентного потенциала издательских предприятий в странах с различным уровнем экономической нестабильности и общественного развития.

Ключевые слова: конкурентоспособность предприятия, конкурентные преимущества, факторы конкурентоспособности, издательское предприятие, экономическая нестабильность

This article is dedicated to the development of scientific statements of publishing business competitiveness improving in terms of the economic instability. Methodological basis of this research is presented by scientific papers of domestic and foreign authors. The main methods of scientific knowledge used in the study are the methods of scientific analysis and specification. Based on analysis of available scientific interpretations of the essence of the «competitiveness» concept, there is clarified the meaning of latter considering the instability of market environment. The study generalizes the factors of European publishing companies' competitiveness, that are presented as the strengths and weaknesses of their development. The article determines that depending on the level of competitiveness object (micro, macro, meso), factors of competitive advantages creating are different. It notes that studies of the impact of various factors on enterprises' competitiveness are appropriate to carry out due to the quantitative approach. A promising area of research, the paper identifies, is the diagnostics of publishing companies' competition in countries with different levels of economic instability and social development.

Keywords: competitiveness of the enterprise, competitive advantages, competitive factors, publishing company, economic instability

Вступ. В умовах трансформації економіки України все більшого значення набуває проблема підвищення конкурентоспроможності підприємств різних галузей промисловості, зокрема, видавничих підприємств. За значної кількості учасників ринку підприємству варто безперервно слідкувати за зміною вподобань споживачів, а також успіхами найближчих конкурентів задля приведення показників власної діяльності у відповідність. Разом з тим, важливе значення має розуміння підприємством особливостей процесу забезпечення власної конкурентоспроможності в умовах економічної нестабільності, коли старі управлінські механізми втрачають силу.

Дослідженню явища конкурентоспроможності підприємства приділяється значна увага у наукових працях багатьох зарубіжних та вітчизняних авторів, зокрема Г. Л. Азоєва, Р. Віггінса, Д. Деперу, С. Джепа, Ф. Котлера, П. Нері, Б. Оліна, М. Портера, Р. А. Фатхутдинова, Ж. Ханемайєра, Є. Хекшера, Васютіної І. О., Салипа Ю. О. та ін.

Разом з тим, одним із дискусійних питань залишається трактування сутності основних понять, що формують понятійний апарат досліджень з даної проблематики, а також факторів, котрі впливають на рівень конкурентоспроможності підприємства

Постановка завдання. Метою статті є розвиток наукових положень щодо підвищення конкурентоспроможності видавничих підприємств в умовах економічної нестабільності. Досягнення мети забезпечується вирішенням наступних завдань: уточнити зміст конкурентоспроможності видавничих підприємств; узагальнити чинники формування конкурентоспроможності видавничих підприємств в умовах економічної нестабільності.

Методологія. Методологічне підґрунтя дослідження представлене науковими працями вітчизняних та зарубіжних авторів. Основними методами наукового пізнання, що використано у процесі дослідження, є методи конкретизації (зادля уточнення сутності поняття «конкурентоспроможність підприємства») та наукового узагальнення (зadля визначення чинників формування конкурентоспроможності видавничих підприємств).

Результати дослідження. Трактування сутності поняття «конкурентоспроможність підприємства» у науковій літературі характеризується неоднозначністю. Нижче представлено деякі з наявних визначень (табл. 1).

Таблиця 1

Трактування сутності поняття «конкурентоспроможність підприємства»
(складено на основі [5-10])

№ п/п	Автор та джерело	Визначення
1	Р. А. Фатхутдінов [10, с. 6]	Виробництво конкурентоспроможного об'єкту та стійка фінансова діяльність підприємства
2	М. Портер [5, с. 217]	Продуктивність використання підприємством окремих матеріальних та нематеріальних ресурсів
3	О. М. Николук [7, с. 248]	Характеристика підприємства, яка відображає успішність його господарювання із врахуванням динамічності економічних процесів та явищ
4	Д. А. Панасенко [8, с. 274]	Інтегрована характеристика підприємства на певному конкурентному ринку у відповідних умовах функціонування, яка об'єктивно відображає сукупність його порівняльних переваг у істотних сферах функціонування, синергічне поєднання яких дозволяє підприємству посісти на цьому ринку відповідну позицію
5	Ю. О. Салип [9, с. 77]	Здібність підприємства домінувати серед інших підприємств, виготовляти, постачати та продавати товари на ринок споживання
6	І. О. Васютіна [6, с. 115]	Комплексна, порівняльна характеристика підприємства, яка відображає його переваги на ринку за певний проміжок часу щодо підприємства, який конкурує з ним

Аналіз поданих вище визначень дозволяє стверджувати, що конкурентоспроможність підприємства, у першу чергу, виражає здатність підприємства отримувати тимчасову або постійну першість у виготовленні, постачанні та продажі товарів та послуг на цільовому ринку. Проте деякі з визначень виражають конкурентоспроможність підприємства через конкурентоспроможність продукції.

Дійсно, конкурентоспроможність підприємства складно оцінювати без урахування рівня конкурентоздатності продукції. Однак поєднання або ототожнення цих двох понять не є доцільним, адже вони є різними за широтою охоплених аспектів. Так, згідно джерела [1], поняття конкурентоспроможності є складним та багатограним і може розглядатися на трьох рівнях: макро-, мезо- та мікрорівні. Відповідно до кожного рівня цей термін має різну сутність. Залежно від рівня, на якому аналізується дане поняття, мова йтиме про відмінні фактори формування конкурентоздатності об'єкта (підприємства, галузі, країни).

З іншого боку, представлені визначення не достатньо враховують аспект нестабільності як характерної особливості більшості ринків. Це обумовлює доцільність уточнення сутності поняття «конкурентоспроможність підприємства», під яким, на нашу думку, доцільно розуміти здатність видавничого підприємства до формування та утримання конкурентних переваг на релевантному ринку в умовах економічної нестабільності та розвитку цифрових товарів-замінників.

Дослідники [3], аналізуючи сукупний ринок товарів США, сформулювали висновок, що ключовим чинником здатності підприємств конкурувати є запити споживачів, котрі зумовлюють виникнення інших факторів – диференціацію виробництва, ціну товару тощо. Так, М. Лі у роботі [4] зазначає, що з позиції стратегічного маркетингу підприємству необхідно постійно відслідковувати і задовольняти вимоги споживачів, які є найголовнішим фактором конкурентоспроможності.

Аналізуючи рівень конкурентоспроможності підприємств видавничо-поліграфічного комплексу Європи, дослідники Європейської Комісії [2] розподіляють чинники формування цієї властивості на дві групи: позитивного впливу (зумовлюють сильні сторони підприємства) та негативного впливу (спричиняють наявність слабких сторін). Такий підхід за своєю суттю є близьким до SWOT-аналізу, тому що передбачає виявлення слабких та сильних сторін видавництва, проте має й особливість – загрози та можливості не виокремлюються (табл. 2).

Таблиця 2

Чинники конкурентоспроможності видавничих підприємств Європи

(складено на основі [2])

Сильні сторони (чинники позитивного впливу)	Слабкі сторони (чинники негативного впливу)
1. Підприємства видавничої галузі Європи формують повний ланцюг доданої вартості. 2. Відповідність технологічних можливостей вимогам ринку. 3. Ефективність виробництва. 4. Ефективність державного регулювання приватного сектору видавничо-поліграфічного комплексу.	1. Перевага малих підприємств над великими, що зменшує фінансові можливості менеджменту. 2. Низька інвестиційна активність видавничих підприємств у галузі невиробничих проектів. 3. Нестача суб'єктів суміжних сфер (виробництво паперу та поліграфічне машинобудування).

З табл. 2 видно, що сильні сторони, а отже, і позитивні фактори конкурентоспроможності, переважають. Проте негативні фактори мають вагомий вплив на рівень конкурентоспроможності видавничих підприємств, адже важливу роль у їх функціонуванні відіграють суміжні галузі промисловості.

Варто зауважити, що дослідження впливу різних чинників на рівень конкурентоздатності підприємства доцільно здійснювати за кількісним підходом, що передбачає використання статистичних методів, у т. ч. кореляційно-регресійного аналізу. Проте не всі представлені у табл. 2 чинники можуть мати кількісне вираження. Це може ускладнити проведення подальшого оцінювання сили впливу чинників, тому доцільно залучати до аналізу лише ті, котрі можливо виразити через кількісний показник.

Висновки. За результатами дослідження вирішено наукове завдання з розвитку наукових положень щодо підвищення конкурентоспроможності видавничих підприємств в умовах економічної нестабільності.

На основі аналізу наукових джерел уточнено визначення сутності поняття «конкурентоспроможність підприємства», котре, на відміну від наявних, враховує нестабільність ринкового середовища як характеристику функціонування більшості галузей промисловості. Теоретичне значення роботи полягає у можливості підвищити рівень ефективності прийняття управлінських рішень у процесі аналізу чинників конкурентоспроможності видавничих підприємств України за рахунок дотримання рекомендацій щодо використання кількісних методів оцінювання їх впливу.

Перспективним напрямом подальших досліджень є діагностика конкурентного потенціалу видавничих підприємств у країнах з різним рівнем економічної нестабільності та суспільного розвитку.

Література:

1. Buzzigoli L. Firm and system competitiveness: problems and definition, measurement and analysis / L. Buzzigoli. – Firenze: Firenze University Press, 2009. – С. 11–37.
2. Competitiveness of the European Graphic Industry [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://ec.europa.eu/enterprise/sectors/woodpaperprinting/files/graphic_study.
3. Jason M. Customer demographics, store attributes, and retail format choice in the US product market / M. Jason, M. Carpenter, M. Moore // International Journal of Retail & Distribution Management, 2006. – № 6. – С. 34–52.
4. Li M. The customer value strategy in the competitiveness of companies // International Journal of Business and Management. – 2009. – № 2. – С. 136–141.
5. Porter M. Competition / M. Porter. – USA: Harvard Business School Publishing Cooperation, 2008. – 544 с.
6. Васютіна І. О. Теоретичні аспекти конкурентоспроможності підприємств / І. О. Васютіна // Держава та регіони. Серія: Економіка, управління та облік на підприємстві. – 2011. – № 5. – С. 114–118.
7. Николук О. М. Етимологія та сутність поняття «конкурентоспроможність підприємства» / О. М. Николук // Вісник Житомирського державного технологічного університету. – 2011. – № 1. – С. 246–249.
8. Панасенко Д. А. Конкурентоспроможність підприємства: сутнісна та функціональна характеристики / Д. А. Панасенко // Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку. – 2012. – № 727. – С. 270–275.
9. Салип Ю. О. Генезис сутності конкурентоспроможності підприємств / Ю. О. Салип // Сталий розвиток економіки: наук. журн. – 2012. – № 4. – С. 74–78.
10. Фатхутдинов Р. А. Конкурентоспособность организации в условиях кризиса: экономика, маркетинг, менеджмент / Р. А. Фатхутдинов. – М. : Издательско-книготорговый центр “Маркетинг”, 2002. – 892 с.